

**Planificación territorial y comercialización turística** / J. Enrique Bigné, Diego López (dirs.). -  
- Castellón de la Plana : Universidad Jaume I, 2000. -- 148 p. ; 24 cm. -- (Economía i gestió ; 2)  
D.L. CS-86/2000. -- ISBN 84-8021-289-6  
1. Turismo 2. Planificación turística 3. Mercado turístico 4. Marketing turístico 5.  
Comercialización I. Serie

**CD ST 1419**

## ÍNDICE

Prólogo, por Roe GREGORI .....	9
MANUEL MARCHENA GÓMEZ, FERNANDO REPISO RUBIO	
Nuevas tendencias turísticas. Algunas reflexiones en tomo a la promoción. ....	11
JOSÉ Luis SANTOS ARREBOLA	
El plan de marketing hotelero .....	25
MIGUELA. TRomÑoViNUESA	
Las ciudades históricas como patrimonio cultural y recurso turístico .....	37
RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES, ANA M <sup>ª</sup> DÍAZ MARTÍN	
Calidad de servicio en turismo rural .....	49
ÁGUEDA ESTEBAN TALAYA	
La demanda turística .....	77
DIEGO LÓPEZ OLIVARES, JUAN BAUTISTA FERRERES BONFILL	
La ordenación y la planificación integrada de los espacios turísticos. Desarrollo metodológico para la evaluación integral de las áreas turísticas mediterráneas de «sol y playa» .....	89
J. ENRIQUE BIGNÉ ALCAÑIZ, LUISA ANDREU SIMÓ	
La cadena de la comercialización del producto turístico .....	113
RAFAEL FUENTES GARCÍA	
Un modelo de desarrollo de la competitividad turística. El caso de la Costa del Sol .....	133